N° 11-621-M au catalogue — N° 071
ISSN 1707-0511
ISBN 978-0-662-08926-1

Document analytique

Analyse en bref

Commerce de détail : bilan des provinces pour 2007

par Franklin Assoumou Ndong et Lucy Chung

Division de la statistique du commerce
Immeuble Jean-Talon, 11e étage, Ottawa, K1A 0T6

Téléphone : 1-800-263-1136

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Commerce de détail : bilan des provinces pour 2007

Franklin Assoumou Ndong et Lucy Chung

Comité de revue : John Flanders, Mary Beth Garneau, Paul Gratton, Serge Grenier, Jane Lin et Cara Williams

Rédacteur : Christian Houle

Rédacteur en chef : Yvan Gervais

Mai 2008

N° 11-621-M2008071 au catalogue
ISSN 1707-0511
ISBN 978-0-662-08926-1
Fréquence : hors série
Ottawa

Pour obtenir de plus amples renseignements :
Service national de renseignements : 1-800-263-1136
Demandes par courriel : analysisinbrief-analyseenbref@statcan.ca

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada
© Ministre de l'Industrie, 2008

Tous droits réservés. Le contenu de la présente publication électronique peut être reproduit en tout ou en partie, et par quelque moyen que ce soit, sans autre permission de Statistique Canada, sous réserve que la reproduction soit effectuée uniquement à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé destiné aux journaux et/ou à des fins non commerciales. Statistique Canada doit être cité comme suit : Source (ou « Adapté de », s'il y a lieu) : Statistique Canada, année de publication, nom du produit, numéro au catalogue, volume et numéro, période de référence et page(s). Autrement, il est interdit de reproduire le contenu de la présente publication, ou de l'emmagasiner dans un système d'extraction, ou de le transmettre sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, reproduction électronique, mécanique, photographique, pour quelque fin que ce soit, sans l'autorisation écrite préalable des Services d'octroi de licences, Division des services à la clientèle, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Commerce de détail : bilan des provinces pour 2007

Franklin Assoumou Ndong et Lucy Chung,
Division de la statistique du commerce

Résumé

Les détaillants canadiens ont connu dans l'ensemble une bonne année en 2007 en enregistrant la deuxième plus forte hausse annuelle de leurs ventes des cinq dernières années. Pour la première fois, le niveau d'emploi dans le secteur du commerce de détail a rejoint celui du secteur de la fabrication au premier rang.

En 2007, les détaillants ont vendu pour un montant estimatif de 412,0 milliards de dollars de marchandises et services, soit une hausse de 5,8 %, ce qui représente la deuxième plus forte hausse annuelle depuis 2002. L'emploi total a augmenté dans chacune des provinces, ce qui est un des facteurs ayant pu stimuler le commerce de détail puisque cette situation n'était pas survenue depuis 2004.

L'analyse régionale révèle que les détaillants de la Saskatchewan ont vu leurs ventes bondir de 13,0 %. Parmi les provinces, il s'agit de la plus importante croissance de 2007 et du plus fort taux annuel que cette province ait connu depuis le début de cette série statistique en 1991. Le taux de croissance a doublé par rapport à l'année précédente.

Les détaillants de l'Alberta glissaient du premier au deuxième rang en 2007, affichant une croissance de 9,3 % qui se distingue des trois années précédentes où le taux de croissance dépassait les 10,0 %. Les détaillants de Terre-Neuve-et-Labrador et du Manitoba les suivaient de près. Ceux de la Colombie-Britannique glissaient aussi, passant du deuxième rang au sixième tout en affichant leur deuxième meilleure performance de croissance depuis 1995.

Au Québec et en Ontario, la croissance des ventes au détail se retrouvait sous la moyenne nationale. La part ontarienne des ventes au détail au Canada a reculé au cours des sept dernières années. Au Québec, la croissance est demeurée sous la moyenne nationale malgré la plus forte hausse des dépenses dans les pharmacies et les magasins de produits de soins personnels que la province ait connue.

Après avoir connu la plus faible croissance parmi les provinces en 2006, les ventes des détaillants de Terre-Neuve-et-Labrador ont repris de la vigueur en 2007. La croissance de 9,0 % des ventes de 2007 était la deuxième plus forte hausse que cette province ait connue depuis 1991 et prenait sa source principalement du secteur de l'automobile.

En Nouvelle-Écosse, la croissance des ventes glissait parmi les plus faibles des 10 provinces. Le taux de croissance des ventes à l'Île-du-Prince-Édouard atteignait son plus haut niveau en huit ans. Celui du Nouveau-Brunswick diminuait par rapport à l'année précédente.

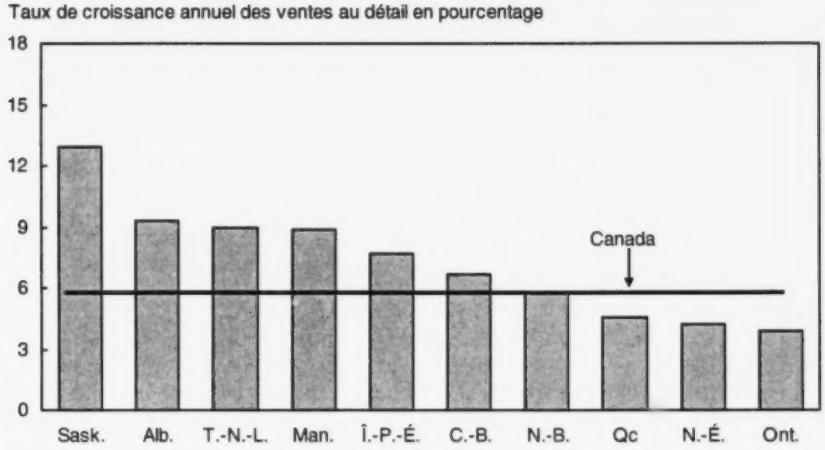
À l'échelle nationale, parmi les 18 groupes de commerce, 3 ont enregistré des taux de croissance d'au moins 10,0 % en 2007. Les magasins d'accessoires de maison ont affiché le plus important taux de croissance des ventes, soit de 12,2 %. Elles ont été suivies par une croissance de 11,1 % des ventes des stations-service qui sont fortement influencées par l'effet combiné de la variation du prix de l'essence, du nombre de véhicules automobiles en circulation et des kilomètres parcourus. Les ventes des magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers ont crû de 10,4 % en 2007, en continuité avec leur forte ascension des dernières années.

Pour chaque tranche de 100 dollars dépensés par les consommateurs canadiens chez les détaillants en 2007, la somme de 18,70 $ est allée aux concessionnaires de véhicules automobiles neufs, 16,00 $ aux supermarchés, 11,80 $ aux magasins de marchandises diverses, 11,30 $ aux

stations d'essence et 6,90 $ aux pharmacies et magasins de soins personnels. Les consommateurs ont dépensé le reste pour des marchandises provenant des autres groupes de commerce.

Cette étude présente un profil de la performance de l'industrie du commerce de détail en 2007 pour chacune des provinces à l'aide de données tirées de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail.

Graphique 1 La Saskatchewan prend la tête du peloton alors que les rangs se resserrent en termes de croissance des ventes au détail en 2007



Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 080-0015.

Note aux lecteurs

Les utilisateurs de données doivent être avisés que les magasins de détail peuvent vendre une gamme de produits qui déborde les limites associées aux marchandises principales offertes dans ces magasins. Par exemple, les estimations des ventes des supermarchés ne représentent pas nécessairement toutes les ventes d'aliments au Canada.

D'autres groupes de commerce, tels que les dépanneurs, les magasins d'alimentation spécialisés et les magasins de marchandises diverses, prennent part à la vente au détail d'aliments. Ils contribuent pour une proportion d'au moins un quart des ventes au détail d'aliments au Canada.

De même, environ le cinquième des ventes des supermarchés provient de produits sans rapport avec les aliments ou les boissons. Ces ventes incluent de la papeterie, des articles de toilette et des médicaments vendus sans ordonnance.

À des fins de comparaisons adéquates, la part des grossistes dans la vente de camions lourds et d'autobus sera parfois retirée des totaux des données de l'Enquête sur les ventes de véhicules automobiles neufs. Dans ces cas, le texte l'indiquera.

Les données utilisées pour la présente étude sont exactes à la date de la publication. En raison des révisions possibles, des écarts entre les données de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail mentionnées de la présente diffusion et d'autres diffusions de données de Statistique pourraient se produire.

À l'échelle nationale : les ventes augmentent encore

Les détaillants ont vendu pour un montant estimatif de 412,0 milliards de dollars de marchandises et services, soit une hausse de 5,8 %, ce qui représente la deuxième plus forte hausse annuelle depuis 2002. Entre 2000 et 2007, les ventes au détail au Canada ont augmenté à un taux annuel moyen dépassant les 5,0 %.

Les stations-service ont été responsables de près du cinquième de la croissance de ventes totales entre 2006 et 2007 alors que celles des concessionnaires d'automobiles neuves et du groupe des pharmacies et magasins de soins personnels représentaient environ un dixième chacun.

Les magasins d'accessoires de maison connaissent la plus forte croissance

Parmi les 18 groupes de commerce, trois ont enregistré des taux de croissance d'au moins 10,0 % en 2007. Une fois de plus, les ventes des magasins d'accessoires de maison (y compris les magasins de revêtements de sol et de garnitures de fenêtres) ont augmenté le plus, atteignant un taux de croissance de 12,2 % pour atteindre 6,0 milliards de dollars en 2007. Les ventes de ces magasins ne représentaient que 1,5 % du total des ventes du commerce de détail au Canada.

Les ventes des stations-service, qui dépendent fortement des variations du prix de l'essence et du nombre de véhicules automobiles en circulation, ont atteint 46,4 milliards de dollars en 2007, en hausse de 11,1 %. Ce chiffre était supérieur au taux de 8,9 % enregistré en 2006, mais toujours inférieur aux taux de croissance élevés observés en 2004 et en 2005 alors que le prix de l'essence avait monté en flèche.

L'Indice des prix à la consommation (IPC) pour l'essence a augmenté de 4,5 % en 2007, soit sa croissance la plus faible depuis 2002 alors que le nombre de véhicules automobiles immatriculés sur les routes a augmenté de 3,3 %.

Les ventes des magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers ont crû de 10,4 % pour atteindre 12,3 milliards en 2007. Les ventes de ce groupe de commerce ont continué sur l'élan de leur forte ascension entamée depuis plusieurs années. L'évolution de la technologie dans les principaux produits vendus par ce groupe de commerce (tels que les téléviseurs, les ordinateurs, les téléphones et les systèmes de jeux électroniques) a continué à alimenter la demande en même temps que les prix ont baissé.

Tableau 1 Ventes au détail par groupe de commerce, Canada, 2006 et 2007

	Ventes		Taux de croissance annuel
	2006	2007	
	En milliers de dollars		%
Concessionnaires d'automobiles neuves	74 531 294	76 884 437	3,2
Concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	17 286 485	18 673 771	8,0
Magasins de meubles	9 557 971	10 052 545	5,2
Magasins d'accessoires de maison	5 337 566	5 990 888	12,2
Magasins d'ordinateurs et de logiciels	1 502 138	1 421 294	-5,4
Magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers	11 146 207	12 305 866	10,4
Centres de rénovation et quincailleries	20 121 303	21 412 698	6,4
Magasins de matériaux de construction spécialisés et de jardinage	4 640 904	5 057 058	9,0
Supermarchés	63 764 705	65 842 535	3,3
Dépanneurs et magasins d'alimentation spécialisés	9 324 575	9 885 046	6,0
Magasins de bière, de vin et de spiritueux	15 095 117	16 139 984	6,9
Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	26 055 029	28 249 366	8,4
Stations-service	41 753 288	46 387 582	11,1
Magasins de vêtements	17 226 570	18 247 536	5,9
Magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et bijouteries	5 399 551	5 606 537	3,8
Magasins d'articles de sports de passe-temps de musique et librairies	9 994 327	10 553 860	5,6
Magasins de marchandises diverses	46 497 734	48 590 816	4,5
Détaillants divers	10 250 310	10 735 442	4,7
Total	389 485 074	412 037 263	5,8

Source : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail, CANSIM, tableau 080-0015.

Croissance inférieure à la moyenne pour les trois plus grands groupes

Les trois plus importants groupes de commerce de détail — les concessionnaires d'automobiles neuves, les supermarchés et les magasins de marchandises diverses — ont tous connu, en 2007, une croissance des ventes inférieure la moyenne globale de 5,8 % pour l'ensemble des secteurs du commerce de détail.

Les concessionnaires d'automobiles neuves ont, comme lors des années précédentes, le plus contribué à l'activité du commerce de détail en 2007, ayant représenté 18,7 % des ventes totales. Leurs ventes ont atteint 76,9 milliards de dollars, en hausse de 3,2 %. Ces concessionnaires ont connu un ralentissement de la croissance de leurs ventes au cours des deux dernières années.

Les supermarchés, le deuxième groupe de commerce de détail en importance, ont enregistré des ventes représentant 16,0 % de l'activité totale. Leurs ventes ont atteint 65,8 milliards de dollars en 2007, en hausse de 3,3 %. La variation de la population et celle des prix sont deux des facteurs clés qui ont une forte influence sur les ventes dans ce type de magasin. La population canadienne a augmenté de 1,0 % en 2007 pendant que l'Indice des prix à la consommation grimpait de 2,7 % en moyenne pour les aliments vendus dans les magasins.

Les magasins de marchandises diverses, le troisième plus grand groupe de commerce, ont enregistré des ventes représentant 11,8 % de l'activité totale du commerce de détail. Les ventes de ce groupe de commerce, qui comprend les grands magasins, les clubs-entrepôts, les hypermarchés et les magasins de fournitures pour la maison et l'automobile, ont augmenté de 4,5 % pour atteindre 48,6 milliards de dollars en 2007. Pour une troisième année consécutive, la croissance des ventes de ces magasins a été inférieure à la hausse globale des ventes du commerce de détail.

Même niveau d'emploi pour le commerce de détail et la fabrication

Le secteur du commerce de détail présentait le même niveau d'emploi que le secteur de la fabrication au Canada pour la première fois en 2007.

Selon l'Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail, l'emploi dans le secteur du commerce de détail a légèrement monté l'an dernier alors qu'il diminuait dans le secteur de la fabrication.

En moyenne, près de 1 790 000 personnes possédaient un emploi chez un détaillant, en hausse de 4,4 % par rapport à 2006. Pendant ce temps, le secteur de la fabrication offrait de l'emploi à un peu plus de 1 784 700 personnes, soit une perte de 3,0 %.

En conséquence, on estimait qu'en moyenne pour 2007, le secteur du commerce de détail comptait un peu plus de 5 000 travailleurs de plus que le secteur de la fabrication. Cette différence n'étant pas statistiquement significative, on doit considérer que les nombres de travailleurs des deux secteurs étaient virtuellement égaux.

Selon l'Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail, en 2007, la contribution à la croissance des emplois dans le secteur du commerce de détail a été la plus importante dans les magasins d'alimentation et ensuite dans les magasins de matériaux de construction et de matériel et fournitures de jardinage.

Alors que le nombre d'emplois dans les secteurs du commerce de détail et de la fabrication est virtuellement égal, les gains horaires sont fort différents. Par exemple, selon la même enquête, en 2007, le salaire horaire moyen chez les détaillants atteignait 14,87 $ par rapport aux 21,66 $ dans le secteur de la fabrication. Les emplois du secteur de la fabrication étaient traditionnellement mieux payés que ceux du commerce de détail. Au cours des 10 dernières années, le salaire horaire moyen du secteur de la fabrication était environ 19,50 $ et celui du secteur du commerce de détail de 13,70 $.

Tableau 2 Ventes au détail par province et territoire, 2006 et 2007

	Ventes		Taux de croissance annuel
	2006	2007	
	En milliers de dollars		%
Terre-Neuve-et-Labrador	6 026 052	6 566 710	9,0
Île-du-Prince-Édouard	1 512 203	1 628 906	7,7
Nouvelle-Écosse	11 162 525	11 636 090	4,2
Nouveau-Brunswick	8 813 671	9 318 387	5,7
Québec	86 708 909	90 663 289	4,6
Ontario	140 807 766	146 252 302	3,9
Manitoba	12 869 564	14 007 988	8,8
Saskatchewan	11 494 826	12 984 044	13,0
Alberta	55 941 811	61 159 774	9,3
Colombie-Britannique	52 837 107	56 365 394	6,7
Territoire du Yukon	451 307	500 270	10,8
Territoires du Nord-Ouest	599 509	679 113	13,3
Nunavut	259 825	274 996	5,8
Canada	**389 485 074**	**412 037 263**	**5,8**

Source : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail, CANSIM, tableau 080-0015.

Colombie-Britannique : la deuxième meilleure année depuis 1995

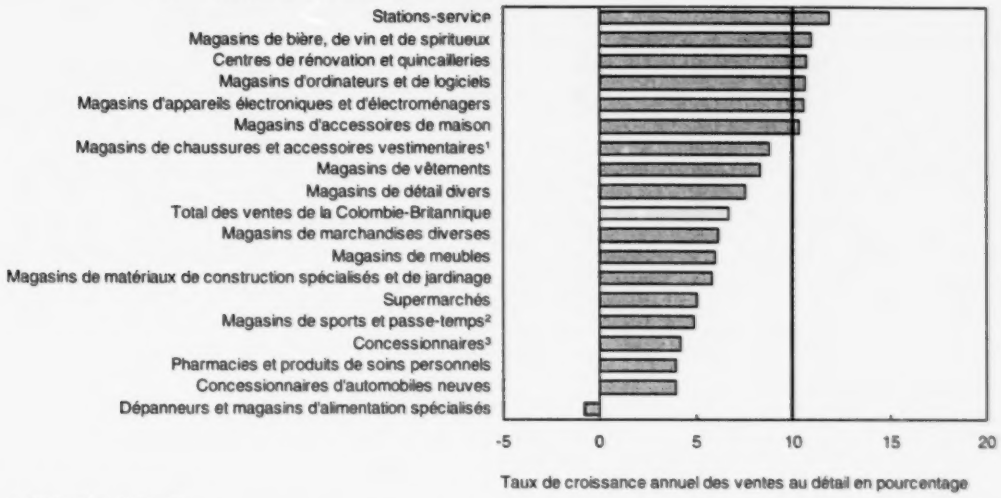
Les ventes au détail de la Colombie-Britannique ont augmenté de 6.7 % pour atteindre 56,4 milliards de dollars en 2007, ce qui constituait une légère décélération comparativement à 2006. En conséquence, la province a glissé de la deuxième place à la sixième par rapport aux autres en 2007 pour ce qui est du taux de croissance.

Ce taux fait tout de même de 2007 la deuxième meilleure année depuis 1995. Tous les groupes de commerce de la Colombie-Britannique ont connu une augmentation en 2007, sauf les dépanneurs et magasins d'alimentation spécialisés dont les ventes ont diminué de 0,8 %.

Les ventes au détail en Colombie-Britannique ont été alimentées par une migration soutenue depuis 2002. La croissance de 1,4 % de la population de cette province en 2007 se plaçait au deuxième rang au pays. L'emploi total a augmenté de 3,2 % pendant que son taux de chômage diminuait à 4,2 % en 2007, l'un des plus bas au pays. Le salaire horaire moyen a augmenté de 2,9 % en Colombie-Britannique en 2007.

La croissance vigoureuse des ventes pour les groupes de commerce ayant un lien avec le marché de l'habitation s'est poursuivie quoique son intensité ait été moins forte que l'année précédente. Les magasins d'accessoires de maison et les magasins d'appareils électroniques et électroménagers ont continué d'afficher une croissance de plus de 10,0 % en 2007.

Graphique 2 Un seul groupe de commerce a fait face à une baisse des ventes au détail en Colombie-Britannique en 2007



1. Incluant les bijouteries.
2. Incluant magasins de musique et les librairies.
3. De véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces.

Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 080-0015.

Les centres de rénovation et quincailleries ont connu une hausse de leurs ventes de 10,7 % en 2007. Leurs ventes ont connu des augmentations après 2000, atteignant une croissance annuelle moyenne de 15,3 % depuis. Cette situation semble concorder avec d'autres indicateurs provinciaux tels que les mises en chantier et les permis de bâtir. Les deux ont connu des taux de croissance de plus de 10,0 % depuis 2001 après plusieurs années de repli.

Les ventes augmentaient de 11,9 % dans les stations-service en 2007, alors que le prix de l'essence a continué d'augmenter de même que le nombre de véhicules immatriculés.

Les dépenses ont aussi augmenté de 3,9 % chez les concessionnaires d'automobiles neuves. Les ventes de ces concessionnaires stagnaient depuis un bon petit bout de temps. L'année 2007 affichait leur meilleure performance en cinq ans. Après un bond de 14,0 % en 2006, les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces n'augmentaient que de 4,2 % en 2007, le taux le plus bas par rapport aux autres provinces.

Les supermarchés de la Colombie-Britannique ont vu leurs ventes grimper de 5,0 %, la croissance la plus élevée de toutes les provinces pour ce type de magasin. L'Indice des prix à la consommation pour les aliments achetés en magasin a augmenté de 2,6 % en 2007. La croissance de la consommation de 10,9 % de biens et services dans les magasins de bière, de vin et de spiritueux de la Colombie-Britannique a aussi dominé celles des autres provinces[1].

1. Il faut noter que certaines juridictions en dehors de la Colombie-Britannique permettent la vente de bière et de vins ailleurs que dans les magasins de bière, vin et spiritueux. Les lecteurs doivent interpréter cette comparaison provinciale avec prudence.

Alberta : la croissance des ventes glisse au deuxième rang

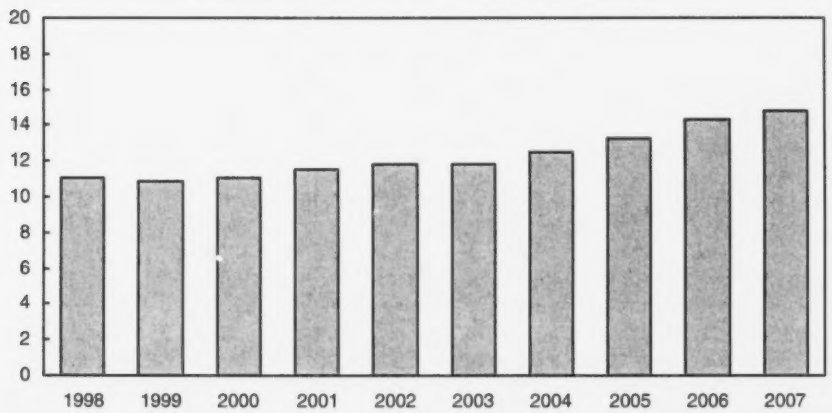
Après avoir mené le peloton des provinces par rapport au taux de croissance annuel des ventes au détail pendant trois années consécutives, l'Alberta se classait au deuxième rang pour cette statistique en 2007. Tout de même, les ventes au détail ont grimpé appréciablement de 9,3 %, ce qui était bien plus que la moyenne nationale et elles atteignaient une valeur de 61,2 milliards de dollars.

L'économie albertaine a ralenti en 2007 par rapport aux fortes croissances enregistrées durant les trois années précédentes. La croissance de l'économie de l'Alberta de 3,3 % est cependant demeurée supérieure à la moyenne nationale. Un recul dans l'exploitation pétrolière et gazière a atténué la croissance. La forte croissance démographique et le marché du travail serré ont continué à faire augmenter le revenu personnel, augmentation qui a elle-même favorisé les dépenses personnelles. Le salaire horaire moyen y augmentait de 6,1 %, bien au-dessus de la moyenne nationale de 3,5 %, ce qui en faisait la plus forte hausse au pays. L'emploi total a aussi progressé le plus en Alberta, atteignant un taux de croissance de 4,7 %.

La part albertaine des ventes au détail au Canada a augmenté à 14,8 % en 2007. Cette part augmente depuis 2000 alors qu'elle n'atteignait que 11,0 % du total.

Graphique 3 La part albertaine des ventes au détail au Canada a augmenté au cours des dernières années

Part de marché de l'Alberta pour le commerce de détail canadien en pourcentage



Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 080-0015.

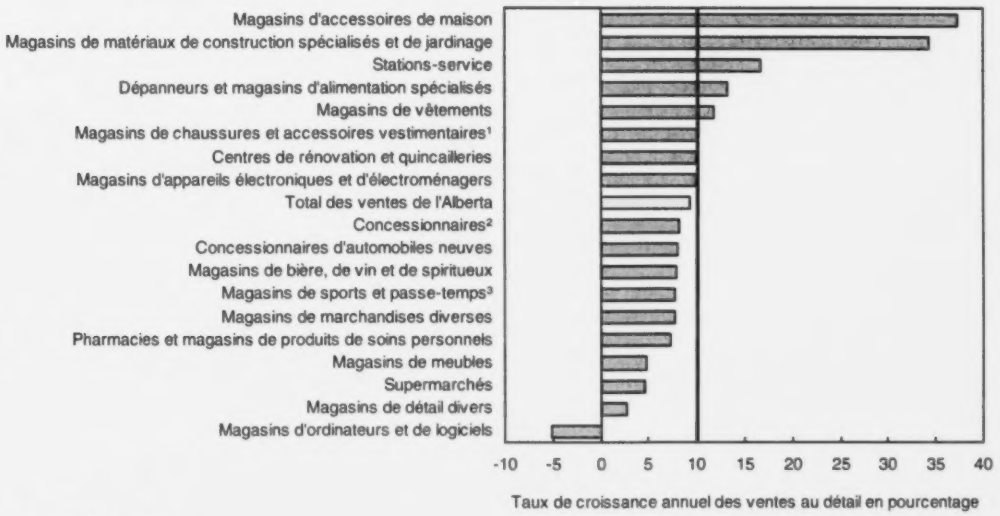
Les détaillants albertains ont vu leur croissance décélérer dans 15 des 18 groupes de commerce.

C'est la performance du secteur de l'automobile qui constitue la principale raison de cette décélération de la croissance des ventes au détail. Les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves ont augmenté de 8,1 % en 2007, une diminution par rapport au taux de 19,4 % de 2006. Tout de même, les ventes de ces concessionnaires ont augmenté beaucoup plus rapidement que le taux moyen national de 3,2 %. Les concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces ont vu leurs ventes augmenter de 8,3 %, alors qu'en 2006 elles avaient augmenté de 30,2 %.

Les ventes des stations-service sont demeurées importantes en 2007, connaissant une hausse de 16,7 %. Parmi les provinces, c'est en Alberta que la croissance des prix de l'essence a été la plus forte. Selon l'IPC, les prix étaient en hausse de 6,6 %. Le nombre de véhicules immatriculés augmentait aussi au même rythme de 6,6 %, ce qui, parmi les provinces en 2007, constituait encore une fois un sommet où trônait l'Alberta.

Les ventes dans la plupart des groupes de commerce reliés au marché de l'habitation ont bien progressé en 2007. Les ventes des magasins d'accessoires de maison ont connu une forte progression, atteignant une croissance de 37,4 %. Celles des centres de rénovation et quincailleries ont grimpé de 10,0 % malgré une décélération de la croissance des ventes d'un tiers par rapport à 2006. Les magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers ont connu une autre année de forte croissance (+9,9%), mais moindre que les 14.4% de 2006. Les magasins de meubles ont vu leurs ventes n'augmenter que de 4,8 % en 2007 alors que les trois années précédentes, elles affichaient un taux de croissance de plus de 10,0 %.

Graphique 4 En Alberta, la plupart des groupes de commerce de détail liés au marché de l'habitation ont connu une croissance vigoureuse en 2007



1. Incluant les bijouteries.
2. De véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces.
3. Incluant magasins de musique et les librairies.

Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 080-0015.

Cette décélération se retrouvait dans un certain nombre d'indicateurs sur l'activité reliée au marché de l'habitation. Selon la Société canadienne d'hypothèques et de logement, les mises en chantier auraient chuté de 1,3 % en Alberta en 2007 après avoir connu une hausse de 19,9 % l'année précédente. La valeur des permis de bâtir des secteurs résidentiel et non résidentiel pour 2007 a augmenté de 13,4 % tout juste au-dessus de la moyenne nationale. En 2005 et 2006, l'Alberta dominait les autres provinces à ce chapitre, affichant une augmentation annuelle moyenne de 37,6 % de la valeur des permis de bâtir.

Les ventes des supermarchés ont grimpé de 4,7 % en 2007, une croissance tout juste inférieure à la moyenne annuelle de 5,4 % obtenue depuis 2003. Succédant à la croissance phénoménale de

12,6 % de 2006, la croissance des ventes des magasins de bière, vins et spiritueux n'augmentait que de 7,9 % en 2007.

Les dépenses dans les magasins de marchandises diverses ont grimpé de 7,8 % en 2007, au même niveau que la moyenne annuelle de la dernière décennie si on exclut l'année 2006 où la croissance atteignait le double. Ce groupe de commerce de détail se compose des grands magasins, des clubs-entrepôts, les hypermarchés et les magasins de fournitures pour la maison et l'automobile.

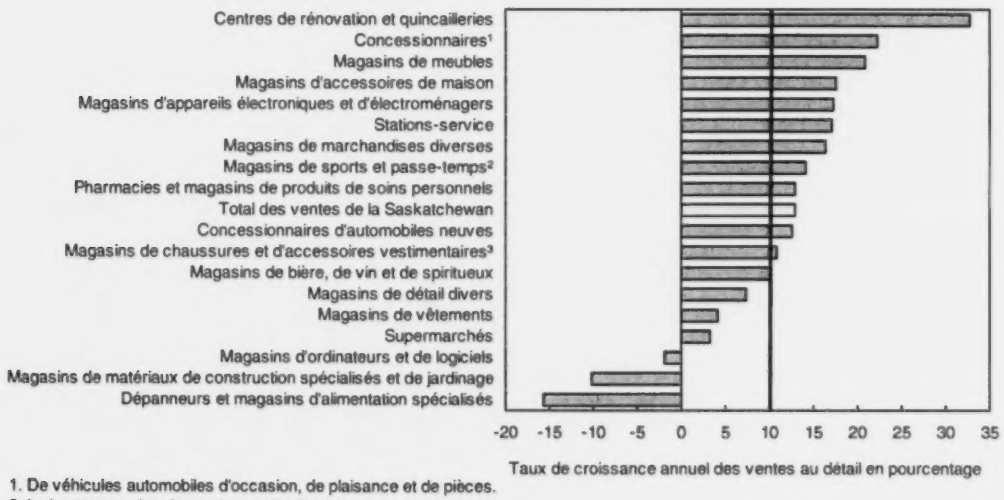
Saskatchewan : une année faite de premières

Alimentée par une économie riche en ressources naturelles et une croissance significative de la population, l'année 2007 était faite de premières pour la Saskatchewan à bien des points de vue. Pour la première fois depuis 1991, c'est la Saskatchewan qui a connu la meilleure croissance annuelle des ventes au détail au Canada.

Affichant un taux de croissance représentant le double de celui de 2006, les ventes de la Saskatchewan en 2007 ont grimpé de 13,0 % pour atteindre la valeur de 13,0 milliards de dollars. C'est la première année que le taux de croissance des ventes de cette province dépassait le cap des 10 %. Précédemment, les ventes en Saskatchewan avaient augmenté à un rythme annuel moyen de 4.6 %, après la stagnation de 1998.

La valeur des ventes au détail de la Saskatchewan représentait 3,2 % des ventes au Canada, mais la province a contribué à 6,6 % de la croissance canadienne de 2007.

Graphique 5 La majorité des groupes de commerce ont atteint le cap des 10 % de croissance des ventes au détail en 2007 en Saskatchewan



1. De véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces.
2. Incluant magasins de musique et les librairies.
3. Incluant les bijouteries.

Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 080-0015.

La bonne performance du commerce de détail de la Saskatchewan a été le fruit d'une activité économique intense. En particulier, la richesse du secteur des ressources comptant de l'uranium, de la potasse et du pétrole a induit des bénéfices dans plusieurs domaines de la province.

La croissance de l'emploi de 2,1 % en Saskatchewan a égalé le meilleur résultat des 20 dernières années enregistré en 1997, ce qui a entraîné le taux de chômage de 2007 à 4,2 %, son deuxième plus bas niveau historique. Le salaire horaire moyen de la Saskatchewan a augmenté de 4,9 %, ce qui représentait près du double de l'inflation de cette province.

Grâce à la migration interprovinciale, la population de la Saskatchewan a crû de 0,8 % en 2007, à la suite d'une décennie de stabilité ou de déclin. Ce taux de croissance de la population était le quatrième plus important parmi les provinces et le plus haut enregistré par la province en 22 ans. La Saskatchewan a aussi bénéficié de l'accroissement du nombre de personnes quittant l'Alberta pour vivre ailleurs au pays.

C'est dans ce contexte économique effervescent que les ventes au détail ont connu un essor en Saskatchewan. Dans 12 des 18 groupes de commerce, la croissance des ventes de 2007 dépassait le cap des 10,0 %. Ce sont les groupes de commerce ayant un lien avec le marché de l'habitation qui ont affiché quatre des cinq meilleures performances.

Encore une fois en 2007, les centres de rénovation et quincailleries ont été très occupés, car les ventes y ont augmenté à un taux record de 32,7 %. Cette performance faisait suite à une croissance annuelle moyenne des ventes de ces détaillants de 21,4 % de 2003 à 2006. Les ventes de ces magasins ne représentaient que 6,2 % du total de la Saskatchewan, mais elles ont contribué à 13,4 % de la croissance des ventes de 2007.

La croissance de la construction a aussi alimenté les ventes des centres de rénovation et quincailleries de la Saskatchewan. La valeur des permis de bâtir résidentiels et non résidentiels a augmenté à des taux supérieurs au cap de 10,0 % de 2005 à 2007. La croissance a atteint 44,6 % en 2007, soit le taux le plus élevé depuis 1977. C'est aussi en Saskatchewan qu'on retrouvait le taux de croissance des mises en chantier le plus élevé au pays en 2007, bondissant de 61,7 %.

La croissance des ventes des magasins de meubles de 20,9 % était presque trois fois supérieure à celle de 2006. Elle atteignait un taux quatre fois supérieur à la moyenne nationale et le plus haut du pays pour ce groupe de commerce en 2007. Les magasins d'accessoires de maison ont vu leurs ventes augmentées de 17,6 %. Les ventes dans ces types de magasins ont gardé un rythme soutenu depuis 2002.

Les ventes des magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers ont crû de 17,2 % en Saskatchewan, largement au-dessus de la croissance nationale de 2007.

Le secteur de l'automobile a aussi connu une année de croissance exceptionnelle en 2007. Les détaillants de la Saskatchewan ont pris le deuxième rang des provinces en ce qui concerne la croissance des ventes des concessionnaires d'automobiles neuves. Les ventes y ont augmenté de 12,6 % en 2007, ce qui est presque le triple de la croissance de 2006. Selon l'Enquête sur les ventes des véhicules neufs, la valeur des ventes de véhicules neufs en Saskatchewan a augmenté de 13,2 % en 2007, une conséquence surtout de la vente de camions. Les ventes de camions ont grimpé de 16,1 % dans cette province en 2007, la plus forte augmentation en 10 ans. Les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces ont grimpé de 22,2 % en 2007.

Comme les autres provinces, l'augmentation des prix et du volume de l'essence vendue en 2007 a fait grimper les ventes des stations-service qui ont augmenté à un taux de 17,0 %. Une

augmentation de 4,0 % du nombre de véhicules immatriculés dans la province et un IPC en hausse de 5,1 % expliquent en partie cette croissance des ventes.

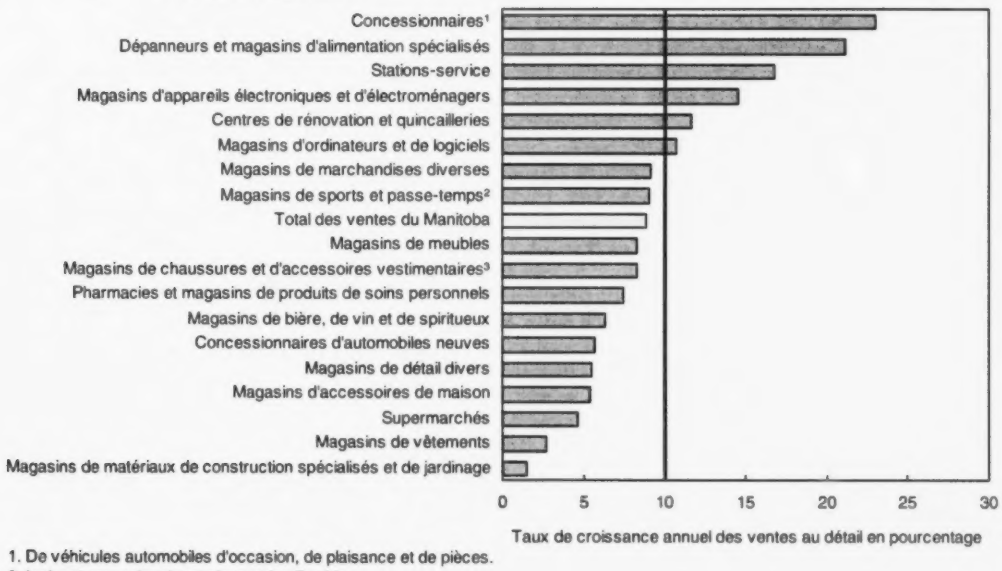
Les ventes des magasins de marchandises diverses de la Saskatchewan ont connu leur plus forte augmentation historique qui s'est traduite par un taux de croissance de 16,3 % alors que les supermarchés augmentaient leurs ventes de 3,3 %. Les magasins de marchandises diverses accaparaient une plus grande part des ventes au détail en Saskatchewan qu'ailleurs au Canada à cause de la présence plus importante de coopératives qui vendent des aliments en plus de marchandises diverses.

Manitoba : un record de croissance de 10 ans

Aidés par une population en croissance significative, les détaillants au Manitoba ont connu en 2007 leur meilleur taux de croissance du commerce du détail de la province en 10 ans. Les ventes au détail ont augmenté de 8,8 % en 2007 pour atteindre 14,0 milliards de dollars. Le taux de croissance des ventes au détail du Manitoba représente le quatrième plus important parmi les provinces.

Tous les groupes de commerce ont affiché une croissance positive en 2007 au Manitoba, alors que 6 des 18 groupes dépassaient le cap des 10,0 %. De tous les groupes de commerce, ceux reliés au secteur de l'automobile ont le plus contribué à la hausse des ventes au détail du Manitoba en 2007. Après avoir connu une baisse de 4,6 % en 2006, les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves ont rebondi de 5,7 % en 2007. Il s'agissait de la meilleure performance des concessionnaires d'automobiles neuves des cinq dernières années.

Graphique 6 Tous les groupes de commerce du Manitoba ont connu une croissance des ventes en 2007



1. De véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces.
2. Incluant magasins de musique et les librairies.
3. Incluant les bijouteries.

Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 080-0015.

Les consommateurs manitobains ont augmenté significativement leurs dépenses chez les concessionnaires de véhicules d'occasion, de plaisance et de pièces en 2007. Il s'agit d'une progression des ventes de 23,0 % en 2007, soit la hausse des ventes au détail la plus importante de la province pour un groupe. Depuis 2001, c'était la quatrième fois que les ventes de ce groupe de commerce affichaient un taux de croissance supérieur à 20 %. En fait, le taux de croissance annuel moyen a été de 20,5 % entre 2001 et 2007.

Comme partout ailleurs au Canada, les ventes des stations-service du Manitoba ont connu une augmentation considérable de 16,7 % en 2007. En 2007, le Manitoba a connu une hausse de 5,0 % de l'IPC pour l'essence et de 3,0 % des immatriculations de véhicules automobiles.

La croissance des centres de rénovation et des quincailleries dépassait les 10,0 % pour une sixième année consécutive. La croissance des ventes a été moins forte en 2007 qu'en 2006, mais a atteint 11,7 %. Le taux de croissance annuel moyen des cinq années précédentes se situait à près de 20,0 %.

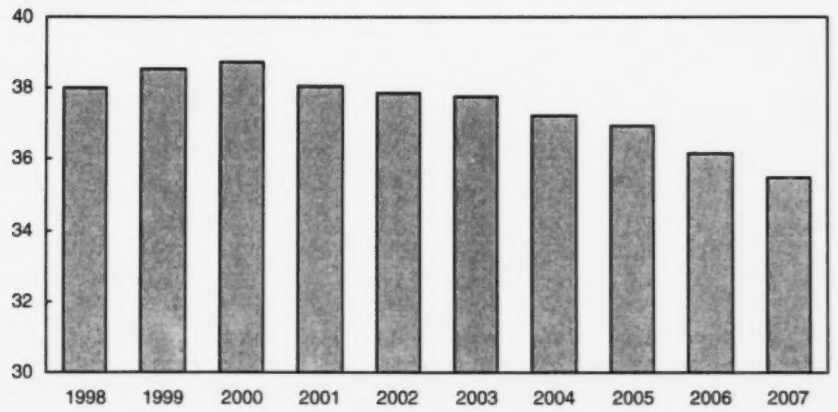
Au Manitoba, le PIB a augmenté de 3,3 % en 2007, comparativement à 3,2 % en 2006. La hausse de 7,4 % du revenu du travail a eu un effet positif sur la construction résidentielle et le commerce de détail. L'investissement dans le secteur de la construction a crû à un rythme effréné, en raison de la réalisation de plusieurs projets d'envergure dans la province. Le redressement du secteur de la fabrication, en particulier de métaux de première transformation et de matériel de transport, a permis à la production des biens de croître plus rapidement que celle des services de nouveau en 2007.

Ontario : encore la croissance des ventes la plus faible au Canada

Les détaillants de l'Ontario ont enregistré la plus faible croissance des ventes au détail au Canada en 2007. Atteignant un total de 146,3 milliards de dollars, les ventes ont crû de seulement 3,9 %. En conséquence, la contribution de l'Ontario au total des ventes au détail au Canada a poursuivi sa descente en passant de 38,7 % en 2000 à 35,5 % en 2007. Cependant, la province de l'Ontario continue, et de loin, à dominer les autres provinces en termes de ventes au détail totales.

Graphique 7 La part ontarienne des ventes au détail du Canada a diminué pour une septième année consécutive

Part de marché de l'Ontario pour le commerce de détail canadien en pourcentage



Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 080-0015.

Le contexte économique de l'Ontario peut expliquer en partie ces résultats en 2007. La population de l'Ontario a cru de 0,9 %, presque le même rythme que celui de l'ensemble du Canada. Cependant, l'emploi total a progressé de 1,6 % en 2007, alors que dans l'ensemble du pays il progressait de 2,3 %. De plus, le taux de chômage de 6,4 % en Ontario était légèrement supérieur à celui de l'ensemble du Canada. L'emploi du secteur de la fabrication de la province a chuté de 5,6 %, soit une troisième baisse consécutive. Le salaire horaire moyen en Ontario avait crû de 3,0 %, ce qui était aussi sous la moyenne canadienne.

En 2007, la croissance des ventes des trois groupes de commerce du secteur de l'automobile en Ontario a été inférieure aux moyennes nationales. Les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves sont en grande partie responsables de cette faible croissance du secteur, ayant reculé de 0,6 % en 2007. Les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves en Ontario ont été d'ailleurs les seules du groupe à avoir connu une baisse au Canada en 2007. Les ventes du secteur automobile représentaient environ le tiers des ventes au détail totales de l'Ontario.

Selon l'Enquête sur les ventes de véhicules automobiles neufs, le nombre d'unités vendues (excluant les camions lourds et les autobus) en Ontario a baissé de 1,4 % en 2007. C'était seulement la troisième fois en 16 ans qu'on enregistrait une diminution des ventes des véhicules automobiles neufs en Ontario. Les ventes des stations-service ont progressé de 9,5 % influencées par la hausse de prix de l'essence et du nombre d'immatriculations de véhicules automobiles.

Le meilleur taux de croissance des ventes en Ontario en 2007 a été enregistré par le groupe de commerce des dépanneurs et magasins d'alimentation spécialisés. La croissance de 11,5 % de ce groupe de commerce, dont les ventes sont relativement volatiles, était la deuxième plus forte enregistrée en 16 ans.

En 2007, les magasins de bière, de vin et de spiritueux ont connu le taux de croissance le plus élevé en cinq ans pour ce groupe de commerce en Ontario, soit 4,9 %. Cette croissance des ventes était toutefois inférieure à la moyenne canadienne.

Les ventes des supermarchés ont progressé de 2,5 % en 2007 en Ontario après un pénible 0,7 % de croissance en 2006. Les supermarchés font face de plus en plus à une concurrence féroce dans le secteur des produits alimentaires, des breuvages et des articles de santé et de soins personnels de la part des magasins de marchandises diverses, des dépanneurs et magasins d'alimentation spécialisés de même que des pharmacies et magasins de produits personnels[2].

Les magasins de marchandises diverses ont connu la performance la plus faible enregistrée durant les 14 dernières années. La croissance des ventes n'a atteint que 1,6 % en 2007.

Québec : les pharmacies et magasins de produits de soins personnels mènent toujours

Les ventes au détail ont totalisé 90,7 milliards de dollars en 2007 au Québec, soit une progression de 4,6 %. La performance de 2007 est toutefois en dessous de la moyenne canadienne pour une quatrième année de suite et pour la huitième fois au cours des 10 dernières années.

Ce taux de croissance était aussi la troisième plus faible hausse des ventes parmi les provinces tout en demeurant supérieur à celle des ventes au détail en Ontario. Ceci est attribuable aux ventes des pharmacies et magasins de produits de soins personnels qui ont connu leur meilleure performance jamais enregistrée pour le Québec depuis le début de la série en 1991. La valeur des ventes au détail de ces magasins représentait 9,2 % des ventes totales de la province mais leur contribution à la croissance en 2007 atteignait 26,8 %.

Les indicateurs économiques du Québec pointaient dans différentes directions. La croissance de la population du Québec en 2007 a été en dessous de la moyenne canadienne. Cependant, l'emploi au Québec a connu une augmentation significative de 2,3 % en 2007 et le taux de chômage a diminué. L'emploi à temps plein a augmenté de 1,9 %, la meilleure augmentation en cinq ans. Cependant, la croissance du salaire horaire moyen au Québec de 2,5 % est demeurée inférieure d'un point de pourcentage à celle du salaire horaire moyen au Canada.

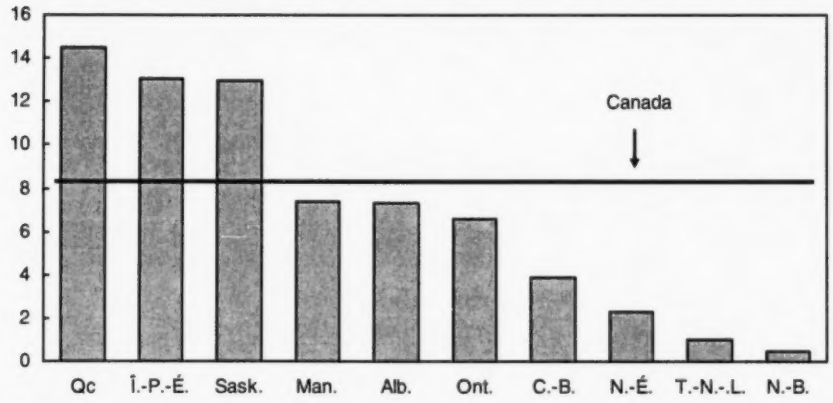
Au Québec, la croissance économique s'est accélérée, passant de 1,7 % en 2006 à 2,4 % en 2007. Le revenu du travail a augmenté de 5,8 %, notamment en raison du règlement en matière de parité salariale dont ont profité bon nombre de fonctionnaires du gouvernement du Québec. Les dépenses personnelles ont crû de 4,6 %, particulièrement en raison des biens durables. Les prix élevés des produits de base ont stimulé l'activité minière, ce qui a permis de contrebalancer la faiblesse des industries de la foresterie et des produits du bois. Le PIB du secteur de la fabrication au Québec a progressé de 0,8 %, grâce en partie à la forte production des produits de l'aérospatiale et de machines et de matériel.

Les ventes des pharmacies et magasins de produits de soins personnels du Québec ont affiché encore une fois une croissance fulgurante atteignant 14,5 % en 2007. Le Québec possède une particularité pour ce type de détaillant : c'est un pharmacien qui doit être le propriétaire et opérer toute pharmacie incorporée. Contrairement à ce que l'on peut observer dans les autres provinces, les pharmacies situées dans des supermarchés ou dans un magasin de marchandises diverses sont classées sous le groupe de commerce des pharmacies et magasins de soins personnels.

2. Voir, Guillaume Dubé, « Les détaillants canadiens en compétition pour le panier d'épicerie », *Analyse en bref*, produit n° 11-621-MIF2006038 au catalogue de Statistique Canada, avril 2006, http://www.statcan.ca/francais/research/11-621-MIF/11-621-MIF2006038.htm (site consulté le 20 mars 2008).

Graphique 8 Tout comme en 2006, les pharmacies et magasins de soins personnels du Québec ont connu la croissance la plus élevée au Canada en 2007

Taux de croissance annuel[1] des pharmacies et magasins de soins personnels en pourcentage



1. Taux de croissance annuel des ventes au détail.

Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 080-0015.

Les ventes au détail des trois groupes de commerce reliés au secteur automobile se sont améliorées en 2007 au Québec. Cependant, les ventes de ces groupes de commerce étaient parmi les plus faibles au pays, juste après celles de l'Ontario sauf pour les stations-service.

Le taux de croissance des ventes de 8,2 % des stations-service menait le bal, alors que suivait celui des concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisances et de pièces de 6,4 %, leur meilleure performance en six ans. Les concessionnaires d'automobiles neuves traînaient derrière avec une croissance des ventes de 1,7 %.

Les ventes des magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers grimpaient de 10,6 % en 2007, leur meilleure performance en cinq ans au Québec. En 2007, il s'agissait du groupe de commerce qui prenait le deuxième rang en ce qui concerne la plus forte croissance.

Les ventes des centres de rénovation et des quincailleries n'ont augmenté que de 2,3 % en 2007. Cette faible performance suivait un bond de 10,5 % en 2006 et une période entre 2002 et 2006 où le taux de croissance annuel moyen des ventes a été de près de 15 %.

Les ventes des supermarchés ont affiché une amélioration modeste. L'augmentation de 2,4 % était la troisième plus faible croissance des ventes pour ce groupe de commerce par rapport aux autres provinces.

Les magasins d'accessoires de maison du Québec ont été les seuls de leur catégorie à enregistrer une baisse des ventes en 2007. Cette année-là a été la pire en 10 ans au Québec pour les magasins d'accessoires de maison.

Nouveau-Brunswick : deuxième plus forte croissance en huit ans

Les ventes au détail du Nouveau-Brunswick ont grimpé de 5,7 % en 2007, soit la deuxième meilleure performance des huit dernières années après celle de 2006, tout en atteignant une valeur de 9,3 milliards de dollars. La croissance a été alimentée par les ventes des stations-service et celles des concessionnaires que ce soit d'automobiles neuves ou de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces. Ces trois groupes de commerce, ensemble, ont contribué à plus de la moitié de la croissance des ventes dans la province.

La croissance des groupes de commerce autre qu'automobile a atteint 4,6 %. Parmi eux, deux groupes ont connu une croissance plus faible que la moyenne nationale : ce sont les supermarchés, plus important groupe de commerce de détail de cette province, et les magasins de marchandises diverses, quatrième en importance en termes de volume de ventes.

La croissance importante des ventes au détail au Nouveau-Brunswick se justifie dans un contexte de croissance de sa population en 2007 alors qu'elle diminuait les deux années précédentes. La province était aussi le théâtre d'une augmentation de 2,3 % de l'emploi à temps plein, accompagnée d'une croissance de 4,4 % des salaires. Ces deux indicateurs économiques affichaient des résultats supérieurs à la moyenne nationale.

Au Nouveau-Brunswick, le PIB a augmenté de 1,6 % en 2007, soit un ralentissement par rapport au taux de croissance de 3,0 % observé en 2006. Les exportations de produits de la forêt et de produits fabriqués connexes ont dégringolé. Plusieurs grands projets de construction dans la province ont plus que fait contrepoids au fléchissement dans le secteur de la fabrication. Les détaillants, particulièrement ceux qui vendent des articles coûteux, ont tiré parti du raffermissement de l'emploi et de l'accélération de la croissance du revenu du travail.

Nouvelle-Écosse : parmi les plus faibles croissances des provinces

Après avoir connu une forte croissance en 2006, les ventes au détail en Nouvelle-Écosse ont ralenti en 2007 pour atteindre 11,6 milliards de dollars. L'augmentation des ventes de 4,2 % plaçait cette province à l'avant-dernière position par rapport aux autres.

Un ralentissement important dans les ventes du secteur de l'automobile a fait glisser la Nouvelle-Écosse sous la moyenne nationale. Les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves n'ont augmenté que de 1,5 % en 2007, en baisse par comparaison au taux appréciable de 6,0 % de 2006. Bien qu'étant un groupe de commerce plus petit et plus volatile, les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces augmentaient de 6,8 %, en baisse par rapport à la croissance de 21,2 % de 2006.

Si on ne tenait pas compte des ventes des concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces et des concessionnaires d'automobiles neuves, les ventes au détail de la Nouvelle-Écosse auraient crû de 4,8 %. Le groupe de commerce ayant contribué le plus à cette croissance a été celui des magasins de marchandises diverses.

Île-du-Prince-Édouard : la plus forte croissance en huit années

Les ventes au détail de l'Île-du-Prince-Édouard ont augmenté de 7,7 % en 2007 pour atteindre une valeur de 1,6 milliard de dollars, la meilleure croissance depuis 1999.

Les ventes de cette province ont été alimentées par la croissance des ventes dans les stations-service, chez les concessionnaires d'automobiles neuves et ceux de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces. Ces trois groupes de commerce de détail ont contribué pour plus de la moitié de la croissance de l'Île.

Si on ne tenait pas compte des concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces et des concessionnaires d'automobiles neuves, les ventes au détail auraient augmenté de 6,9 %, profitant d'une croissance de 3,7 % des supermarchés et du dépassement d'un record de croissance vieux de 15 ans des pharmacies et magasins de soins personnels dont les ventes augmentaient de 13,0 % en 2007.

Après avoir affiché un recul en 2006, la fabrication a rebondi dans cette province, principalement grâce à la production d'aliments destinés à l'exportation. La vigueur du revenu du travail a favorisé l'augmentation des dépenses personnelles, particulièrement au chapitre des biens durables. Les salaires ont grimpé en moyenne de 3,2 %. La croissance de la population de l'Île de 0,4 % en 2007 a été, comme en 2004, la plus importante en 10 ans.

Terre-Neuve-et-Labrador : près d'un record après trois années difficiles

Après avoir enregistré la plus faible augmentation des ventes au détail en 2006, les détaillants de Terre-Neuve-et-Labrador sont revenus en force en 2007. Les consommateurs ont dépensé près de 6,6 milliards de dollars chez les détaillants, en hausse de 9,0 %. Il s'agissait de leur deuxième meilleure croissance depuis le début de la série statistique en 1991.

La principale source de cette croissance provenait du secteur de l'automobile. Les concessionnaires d'automobiles neuves ont contribué à eux seuls près du tiers de la croissance totale des ventes au détail de cette province grâce à une augmentation des ventes de 17,3 %.

Selon l'Enquête sur les ventes de véhicules automobiles neufs, parmi toutes les provinces, c'est Terre-Neuve-et-Labrador qui a affiché la plus forte croissance des ventes du nombre de véhicules automobiles neufs en 2007. Le bond de 24,6 % des ventes des concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces a permis la deuxième contribution en importance pour la croissance totale de la province.

Si on ne considère pas les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces et des concessionnaires d'automobiles neuves, les autres groupes de commerce de détail ont connu une croissance de leurs ventes de 5,6 %, la plus forte croissance des trois dernières années à Terre-Neuve-et-Labrador. Après le secteur automobile, ce sont les magasins de marchandises diverses qui ont le plus contribué à la croissance de la province.

L'économie de Terre-Neuve-et-Labrador a enregistré une croissance vigoureuse de 9,1 %, soit une progression nettement supérieure à celle des autres économies provinciales. Il s'agit d'une hausse bien supérieure à celle de 3,3 % observée dans cette province en 2006. L'intensification des activités d'extraction pétrolière et minière s'est conjuguée aux prix mondiaux élevés des produits de base pour aiguillonner la croissance.

L'extraction de pétrole a fait un bond, la province ayant profité d'une année d'exploitation presque sans incident de ses nombreuses plates-formes pétrolières. La deuxième année complète de production à la mine de nickel de Voisey's Bay a également fortement contribué à cette situation.

Les salaires ont augmenté de 5,2 % en moyenne dans cette province, ce qui est supérieur à la moyenne nationale. La province a connu sa meilleure croissance annuelle de l'emploi à temps plein des quatre dernières années avec un bond de 1,9 %.

Les trois plus grandes villes sous la moyenne nationale

Les ventes au détail des trois plus grandes villes canadiennes en 2007 ont crû à un rythme inférieur à la moyenne nationale. Avec un taux de croissance de 5,4 %, c'est à Toronto que la croissance des ventes au détail a été la plus importante parmi les trois villes. Les détaillants de Vancouver ont suivi pas très loin derrière enregistrant une augmentation des ventes de 5,1 %. Montréal a tiré de l'arrière avec seulement 3,4 % d'augmentation des ventes et bien en dessous de la croissance des ventes pour le reste du Québec.

En 2007, Toronto, Vancouver et Montréal représentaient 30,2 % du total des ventes du commerce de détail au Canada et leur contribution à la croissance de ces ventes atteignait 24,6 %.